

***Spiritual Capital* Sebagai Modal Usaha Muslim: Studi Kualitatif Pada Pelaku UMKM Desa Sawo Kecamatan Campurdarat**

Ana Nur Hidayah

Institut Agama Islam Sunan Giri Trenggalek dan annahidayah96@gmail.com

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Dalam memperkuat perannya, UMKM membutuhkan modal untuk menjalankan aktivitas usaha. Namun, pelaku UMKM kerap menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal finansial, rendahnya akses teknologi, lemahnya manajemen, dan persaingan pasar yang semakin ketat. Dalam kondisi tersebut, pelaku usaha tidak hanya mengandalkan modal material, tetapi juga modal non-material yang bersumber dari nilai, keyakinan, dan spiritualitas. Fenomena ini melahirkan konsep spiritual capital sebagai modal usaha Muslim. Penelitian ini bertujuan menganalisis spiritual capital sebagai modal usaha Muslim dengan pendekatan kualitatif fenomenologi. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap pelaku UMKM Muslim di Desa Sawo, lalu dianalisis secara tematik melalui reduksi dan penyajian data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa spiritual capital dimaknai sebagai nilai religius berlandaskan tauhid yang tercermin dalam sikap amanah, ikhlas, sabar, syukur, dan tawakal. Usaha dipandang sebagai ibadah dan sarana memperoleh keberkahan. Implementasinya terlihat pada kejujuran transaksi, menjaga kehalalan produk, etika bisnis Islam, serta zakat dan sedekah. Spiritual capital berkontribusi pada kepercayaan pelanggan, reputasi usaha, ketahanan psikologis, serta keberlanjutan dan daya saing UMKM. Implikasi pada penelitian ini adalah spiritual capital berperan penting dalam keberlanjutan UMKM. Nilai keislaman dapat diintegrasikan dalam manajemen dan pemasaran berbasis kepercayaan, menjadi dasar program pemberdayaan pemerintah, indikator non-finansial bagi lembaga keuangan syariah, serta materi pelatihan etika dan motivasi spiritual dalam pendampingan usaha

Kata Kunci: *Spiritual Capital, UMKM Muslim, Modal Usaha, Keberlanjutan Usaha, Kecamatan Campurdarat*

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are the backbone of the Indonesian economy. To strengthen their role, MSMEs require capital to carry out business activities. However, MSMEs often face various challenges, such as limited financial capital, low access to technology, weak management, and increasingly fierce market competition. Under these conditions, business actors rely not only on material capital but also on non-material capital derived from values, beliefs, and spirituality. This phenomenon gave rise to the concept of spiritual capital as a form of capital for Muslim businesses. This study aims to analyze spiritual capital as capital for Muslim businesses, using a qualitative phenomenological approach. Data were obtained through in-depth interviews, observation, and documentation of Muslim MSMEs in Sawo Village, and were then analyzed thematically through data reduction and presentation. The results show that spiritual capital is interpreted as a religious value based on monotheism, reflected in attitudes of trustworthiness, sincerity, patience, gratitude, and trust in God. Business is seen as an act of worship and a means of obtaining blessings. Its implementation is seen in honesty in transactions, maintaining product halalness, Islamic business ethics, and zakat and alms. Spiritual capital contributes to customer trust, business reputation, psychological resilience, and the sustainability and competitiveness of MSMEs. This research implies that spiritual capital plays a crucial role in the sustainability of MSMEs. Islamic values can be integrated into trust-based management and marketing, serve as the basis for government empowerment programs, serve as non-financial indicators for Islamic financial institutions, and serve as training materials for ethics and spiritual motivation in business mentoring.

Keywords: *Spiritual Capital, Muslim MSMEs, Business Capital, Business Sustainability, Campurdarat District*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai lebih dari 60% serta menyerap sebagian besar tenaga kerja di berbagai wilayah, termasuk daerah pedesaan (UKM, 2020). Keberadaan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai instrumen ekonomi, tetapi juga sebagai sarana pemerataan pendapatan dan penguatan ekonomi lokal. Dalam rangka menunjang penguatan ekonomi UMKM membutuhkan modal dalam menjalankan aktivitasnya.

Modal (*capital*) adalah salah satu unsur utama pembentuk ekuitas perusahaan, dalam konteks ini yang dimaksud secara spesifik merujuk pada *financial capital* atau modal finansial (Khairi, 2013). Modal adalah salah satu faktor produksi yang berperan signifikan dalam menentukan tingkat produktivitas atau hasil yang dicapai. Dalam konteks makroekonomi, modal menjadi elemen utama yang mendorong peningkatan investasi, baik yang dialokasikan secara langsung pada kegiatan produksi maupun pada penyediaan sarana dan infrastruktur produksi. Dengan demikian, keberadaan modal dapat mempercepat pertumbuhan produktivitas sekaligus meningkatkan jumlah output yang dihasilkan (Umar, 2000).

Dalam pembangunan ekonomi, modal yang umum dipahami selama ini cenderung diartikan sebagai asset keuangan, kepemilikan benda bernilai, maupun otoritas atau kekuasaan. Namun, seiring perkembangan ilmu ekonomi menunjukkan bahwa pendekatan yang berfokus pada modal fisik dan finansial tidak cukup untuk menjelaskan keberhasilan suatu usaha secara menyeluruh. Dalam praktiknya pelaku UMKM menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan modal finansial, rendahnya akses teknologi, lemahnya manajemen usaha, serta persaingan pasar yang semakin kompetitif. Dalam kondisi tersebut, pelaku usaha sering kali tidak hanya mengandalkan modal material, tetapi juga modal non-material yang bersumber dari nilai, keyakinan, dan spiritualitas yang mereka miliki. Fenomena ini mendorong lahirnya perluasan konsep modal dalam bentuk non fisik. Salah satu konsep modal yang hingga kini terus dikaji dan dikembangkan adalah modal spiritual, yang dikenal dengan istilah *spiritual capital* (Ulya Dharodjah, 2024).

Konsep *spiritual capital* berawal dan berkembang dari gagasan *social capital* atau modal sosial. Modal spiritual sendiri berkaitan erat dengan dimensi spiritualitas manusia. Spiritualitas dipahami sebagai seperangkat nilai yang menitikberatkan pada praktik ibadah serta relasi individu dengan Tuhan Yang Maha Esa. Dalam perspektif Islam, spiritualitas diarahkan oleh pedoman yang ditetapkan oleh Allah SWT. Sehingga setiap aktivitas yang dilakukan oleh seorang muslim seharusnya berorientasi pada upaya meraih ridha dan keberkahan-Nya (Ulya Dharodjah, 2024). Nilai seperti kejujuran, amanah, tanggung jawab, dan kerja keras merupakan bentuk konkret dari *spiritual capital* dalam praktik usaha.

Dalam konteks bisnis modern, (Mitroff, 1999) menjelaskan bahwa spiritualitas di tempat kerja berkontribusi pada peningkatan komitmen, integritas, serta ketahanan organisasi dalam menghadapi krisis. Sementara itu, (Schreiner, 2009) menyebutkan bahwa *spiritual capital* memiliki peran signifikan dalam keberlanjutan usaha mikro, terutama dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Bagi pelaku UMKM Muslim, *spiritual capital* tidak dapat dipisahkan dari ajaran Islam yang menjadi pedoman hidup. Nilai seperti tawakal, ikhlas, syukur, sabar, dan amanah menjadi landasan dalam pengambilan keputusan usaha (Rahman, 2015). Spiritualitas dalam Islam

bukan hanya ritual, tetapi juga menjadi etika ekonomi yang mengatur hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen, pemasok, dan masyarakat.

Desa Sawo Kecamatan Campurdarat merupakan wilayah dengan karakteristik masyarakat yang religius dan mayoritas beragama Islam. Pelaku UMKM di desa ini bergerak dalam berbagai bidang seperti perdagangan, olahan makanan, kerajinan, dan jasa. Dalam menjalankan usaha, nilai-nilai religius tampak dalam praktik kejujuran dalam transaksi, komitmen terhadap kualitas produk, serta sikap sabar dalam menghadapi risiko usaha.

Penelitian sebelumnya di Indonesia menunjukkan bahwa nilai religius berpengaruh terhadap etika bisnis dan kepercayaan konsumen (Nugroho, 2018). Selain itu, modal sosial berbasis komunitas religius juga terbukti memperkuat ketahanan UMKM (Suryani, 2020). Meskipun demikian, kajian yang secara khusus mendalami *spiritual capital* sebagai modal usaha pada konteks UMKM pedesaan masih relatif terbatas, terutama dengan pendekatan kualitatif yang menggali pengalaman subjektif pelaku usaha. Kesenjangan penelitian ini menjadi dasar penting bagi studi yang berfokus pada peran *spiritual capital* sebagai modal usaha Muslim di Desa Sawo. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memahami secara mendalam bagaimana nilai spiritual diinternalisasi dan diwujudkan dalam praktik usaha sehari-hari.

Secara teoretis, penelitian mengenai *spiritual capital* memperkaya khazanah ekonomi Islam, khususnya dalam pengembangan teori modal berbasis nilai religius. Selama ini, studi UMKM lebih dominan menggunakan pendekatan ekonomi konvensional yang berfokus pada aspek finansial dan manajerial. Padahal, dalam konteks masyarakat Muslim, dimensi spiritual memiliki pengaruh signifikan terhadap etos kerja dan keberlanjutan usaha. Secara praktis, pemahaman mengenai *spiritual capital* dapat menjadi alternatif strategi pemberdayaan UMKM berbasis nilai Islam. Jika *spiritual capital* terbukti menjadi faktor resiliensi usaha, maka model pembinaan UMKM perlu mengintegrasikan penguatan nilai spiritual sebagai bagian dari pengembangan kapasitas pelaku usaha.

Dengan demikian, penelitian ini rasional dilakukan untuk mengisi kekosongan kajian empiris tentang *spiritual capital* pada UMKM tingkat desa, memberikan kontribusi konseptual dalam pengembangan teori ekonomi Islam berbasis nilai dan menjadi rujukan kebijakan pemberdayaan UMKM berbasis spiritualitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna *spiritual capital* bagi pelaku UMKM Muslim, mengidentifikasi bentuk-bentuk *spiritual capital* yang diimplementasikan dalam aktivitas usaha dan menjelaskan peran *spiritual capital* dalam keberlangsungan dan perkembangan usaha.

Permasalahan penelitian ini adalah bagaimana *spiritual capital* berfungsi sebagai modal usaha Muslim pada pelaku UMKM Desa Sawo. Untuk menjawab permasalahan tersebut, penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan strategi studi kasus. Langkah-langkah pemecahan masalah meliputi menggali data melalui wawancara mendalam dengan pelaku UMKM Muslim, melakukan observasi partisipatif terhadap praktik usaha, menganalisis data menggunakan teknik reduksi, display, dan verifikasi dan menginterpretasikan temuan berdasarkan perspektif teori *spiritual capital* dan ekonomi Islam

LANDASAN TEORI

A. *Spiritual Capital*

Modal spiritual sendiri berkaitan erat dengan dimensi spiritualitas manusia. Spiritualitas dipahami sebagai seperangkat nilai yang menitikberatkan pada praktik ibadah serta relasi individu dengan Tuhan Yang Maha Esa. Dalam perspektif Islam, spiritualitas diarahkan oleh pedoman yang ditetapkan oleh Allah SWT. Sehingga setiap aktivitas yang dilakukan oleh seorang muslim seharusnya berorientasi pada upaya meraih ridha dan keberkahan-Nya (Ulya Dharodjah, 2024).

Menurut Zohar dan Marshall, *spiritual capital* merujuk pada kekayaan yang mendalam dan esensial bagi kehidupan manusia. Ini mencakup pencapaian makna, nilai-nilai inti, tujuan utama, serta dorongan tertinggi, yang kemudian diimplementasikan dalam aktivitas sehari-hari dan karir individu (Ulya Dharodjah, 2024). Di sisi lain, Berger dan Helfiner (2003) mendefinisikan *spiritual capital* sebagai gabungan dari kekuatan, pengaruh, semangat dan pengetahuan yang bisa didapatkan melalui partisipasi tradisi agama.

Sementara itu, (Schreiner, 2009) menyebutkan bahwa *spiritual capital* memiliki peran signifikan dalam keberlanjutan usaha mikro, terutama dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Bagi pelaku UMKM Muslim, *spiritual capital* tidak dapat dipisahkan dari ajaran Islam yang menjadi pedoman hidup. Nilai seperti tawakal, ikhlas, syukur, sabar, dan amanah menjadi landasan dalam pengambilan keputusan usaha (Rahman, 2015).

B. UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis dalam perekonomian nasional, khususnya di Indonesia. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, usaha mikro, kecil, dan menengah diklasifikasikan berdasarkan aset dan omzet usaha. UMKM berperan dalam penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, serta pengentasan kemiskinan. Secara teoritis, UMKM dapat dijelaskan melalui Teori Kewirausahaan (*Entrepreneurship Theory*) yang menekankan peran inovasi, kreativitas, dan keberanian mengambil risiko dalam menciptakan nilai tambah ekonomi. Menurut Joseph Schumpeter, wirausahawan adalah agen perubahan (*agent of change*) yang melakukan inovasi dan "*creative destruction*" dalam sistem ekonomi (Schumpeter, 1934). Dalam konteks UMKM, inovasi tidak selalu berbentuk teknologi tinggi, tetapi dapat berupa inovasi produk, pemasaran, maupun model pelayanan.

Selain itu, UMKM juga dapat dianalisis melalui *Resource-Based View* (RBV) yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif ditentukan oleh sumber daya internal yang unik, bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak mudah digantikan. Dalam RBV, *spiritual capital* dapat dikategorikan sebagai *intangible resource* yang sulit ditiru pesaing. Nilai seperti kejujuran dan amanah menciptakan kepercayaan pelanggan yang menjadikan keunggulan kompetitif berkelanjutan (Barney, 1991). Dalam perspektif ini, modal tidak hanya berupa modal finansial dan fisik, tetapi juga modal sosial dan spiritual.

C. Modal Usaha

Modal adalah suatu unsur utama pembentuk ekuitas perusahaan, dalam konteks ini yang dimaksud secara spesifik merujuk pada *financial capital* atau modal finansial (Khairi, 2013). Modal merupakan salah satu faktor produksi yang berperan penting dalam menentukan tingkat produktivitas atau hasil yang dicapai. Dalam konteks makroekonomi, modal menjadi elemen utama yang mendorong peningkatan investasi, baik yang dialokasikan secara langsung pada kegiatan produksi maupun infrastruktur produksi. Dengan demikian, keberadaan modal dapat mempercepat pertumbuhan produktivitas sekaligus meningkatkan jumlah output yang dihasilkan (Umar, 2000).

Modal usaha merujuk pada dana pokok yang digunakan untuk kegiatan perdagangan, spekulasi finansial atau aktivitas serupa, termasuk juga aset yang berupa uang, barang dan elemen lain yang berfungsi sebagai sarana produktif guna menciptakan nilai tambah dan memperkaya kekayaan pemiliknya (Pamungkas, 2015). Secara ringkas, modal ini merupakan komponen esensial dalam operasional perusahaan, sering kali berbentuk jumlah uang atau property yang dialokasikan untuk mendukung jalannya bisnis secara efektif. Dalam perspektif Islam, usaha bukan hanya dimaknai sebagai aktivitas ekonomi semata, tetapi juga sebagai bentuk ibadah dan pengabdian kepada Allah SWT. Konsep halal dan tayyib dalam produk dan proses usaha mencerminkan bahwa spiritualitas bukan sekedar nilai tambah, tetapi menjadi bagian tak terpisahkan dari operasional bisnis bagi pelaku usaha muslim (Rosser, 2011).

D. Keberlanjutan Usaha

Keberlanjutan usaha (*business sustainability*) merujuk pada kemampuan usaha untuk bertahan dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan aspek ekonomi, social, dan lingkungan. Keberlanjutan usaha tidak hanya ditentukan oleh faktor finansial, tetapi juga faktor sosial dan moral. Elkington dalam konsep *triple bottom line* menekankan pentingnya keseimbangan antara *profit*, *people*, dan *planet* (Elkington, 1997).

Pada konteks UMKM, keberlanjutan usaha tidak hanya ditentukan oleh laba tetapi juga ditentukan oleh loyalitas pelanggan, kepercayaan masyarakat, reputasi usaha dan ketahanan menghadapi krisis. Rahayu dan Musdholifah (2017) menyatakan bahwa faktor yang menentukan keberlanjutan UMM terdiri dari faktor non finansial seperti nilai religiusitas dan etika bisnis yang dimiliki oleh pelaku UMKM (Rahayu, 2017).

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi dalam penelitian kualitatif digunakan untuk menggali dan memahami makna pengalaman yang dialami oleh individu berdasarkan fenomena yang terjadi di lingkungan sosialnya. Fenomenologi dimaknai sebagai cara pandang ilmiah yang berupaya menelaah suatu peristiwa atau realitas secara mendalam dan apa adanya, tanpa terlebih dahulu membangun prasangka, asumsi, maupun penilaian sebelum memperoleh pemahaman yang

utuh terhadap fenomena tersebut (Hasbiansyah, 2008). Secara umum, penelitian ini memanfaatkan data primer yang diperoleh langsung dari pelaku UMKM di Desa Sawo Kecamatan Campurdarat, dengan proses pengumpulan data yang berlangsung pada periode Agustus hingga Desember 2025. Untuk memperkuat analisis, penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang bersumber dari berbagai referensi seperti artikel jurnal, buku, serta dokumen pendukung lainnya yang diakses secara daring. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode kualitatif, yakni wawancara mendalam, observasi lapangan, serta dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Makna *Spiritual Capital* bagi pelaku UMKM Desa Sawo Kecamatan Campurdarat

Modal spiritual (*spiritual capital*) berkaitan erat dengan dimensi spiritualitas manusia. Spiritualitas dipahami sebagai seperangkat nilai yang menitikberatkan pada praktik ibadah serta relasi individu dengan Tuhan Yang Maha Esa. Dalam perspektif Islam, spiritualitas diarahkan oleh pedoman yang ditetapkan oleh Allah SWT. Sehingga setiap aktivitas yang dilakukan oleh seorang muslim seharusnya berorientasi pada upaya meraih ridha dan keberkahan-Nya (Ulya Dharodjah, 2024). Menurut Zohar dan Marshall (2005), *spiritual capital* merujuk pada kekayaan yang mendalam dan esensial bagi kehidupan manusia. Ini mencakup pencapaian makna, nilai-nilai inti, tujuan utama, serta dorongan tertinggi, yang kemudian diimplementasikan dalam aktivitas sehari-hari dan karir individu. Dalam konteks UMKM Muslim Desa Sawo, *spiritual capital* dimaknai sebagai seperangkat nilai religius yang menjadi landasan moral dan etika dalam menjalankan usaha. Nilai tersebut mencakup keimanan, kejujuran (amanah), keikhlasan, kesabaran, serta keyakinan bahwa usaha merupakan bagian dari ibadah. Seorang informan menyatakan “kami berdagang bukan hanya mencari untung saja tapi juga mencari keberkahan. Kalau jujur dan amanah, insyaallah usaha lancar”.

Dalam perspektif Islam, usaha bukan hanya dimaknai sebagai aktivitas ekonomi semata, tetapi juga sebagai bentuk ibadah dan pengabdian kepada Allah SWT. Konsep halal dan tayyib dalam produk dan proses usaha mencerminkan bahwa spiritualitas bukan sekedar nilai tambah, tetapi menjadi bagian tak terpisahkan dari operasional bisnis bagi pelaku usaha muslim (Rosser, 2011). Mereka memaknai usaha sebagai bentuk pengabdian kepada Allah SWT dan sebagai sarana memberikan manfaat kepada masyarakat. Konsep “berkah” menjadi orientasi utama dibanding sekedar laba maksimal. Dalam praktiknya, mereka lebih memilih keuntungan yang stabil dan halal daripada keuntungan besar tetapi diragukan kehalalannya. Temuan lapangan juga menunjukkan bahwa *spiritual capital* menjadi sumber kekuatan psikologis ketika menghadapi tantangan usaha, seperti penurunan omzet, persaingan, dan fluktuasi harga bahan baku. Nilai tawakal dan sabar menjadi mekanisme coping spiritual yang memperkuat daya tahan pelaku usaha.

Bagi pelaku UMKM Muslim, *spiritual capital* tidak dapat dipisahkan dari ajaran Islam yang menjadi pedoman hidup. Nilai seperti tawakal, ikhlas, syukur, sabar, dan amanah menjadi landasan dalam pengambilan keputusan usaha (Rahman, 2015). Hal ini sejalan dengan temuan penelitian di Desa Sawo, di mana pelaku UMKM menjadikan ajaran Islam sebagai pedoman transaksi dan relasi bisnis. Dengan demikian, makna *spiritual capital* bagi pelaku UMKM Muslim Desa Sawo tidak hanya dipahami sebagai simbol keagamaan, tetapi sebagai modal batiniah yang memberi arah, motivasi, dan legitimasi moral dalam menjalankan usaha. Spiritualitas menjadi sumber daya tak berwujud (*intangible asset*) yang memperkuat identitas usaha dan membangun kepercayaan pelanggan.

B. Bentuk-bentuk *Spiritual Capital* yang diimplementasikan

Implementasi *spiritual capital* dapat dianalisis melalui teori etika bisnis Islam yang menekankan prinsip tauhid, keadilan, kebebasan, dan tanggungjawab (Beekun, 2005). Dalam kerangka ini aktivitas ekonomi dipandang sebagai bagian dari system moral yang terintegrasi. Implementasi spiritual capital dalam UMKM Desa Sawo tercermin dalam beberapa praktik konkret yaitu:

1. Kejujuran dalam transaksi, seperti keterbukaan harga dan kualitas barang.
2. Menjaga kehalalan produk, terutama pada usaha makanan dan minuman.
3. Memberikan kemudahan pembayaran kepada pelanggan yang mengalami kesulitan ekonomi.
4. Mengeluarkan zakat, infak, dan sedekah dari hasil usaha.
5. Memulai aktivitas usaha dengan doa dan niat ibadah.

Pelaku UMKM menyatakan bahwa praktik tersebut bukan sekadar strategi pemasaran, tetapi bagian dari keyakinan agama. Beberapa informan juga menekankan pentingnya menghindari praktik curang meskipun dalam kondisi persaingan ketat. Selain itu, *spiritual capital* juga tercermin dalam praktik filantropi usaha. Studi oleh (Beik, 2013) menunjukkan bahwa zakat dan sedekah memiliki dampak sosial-ekonomi yang signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, implementasi *spiritual capital* tidak hanya berdampak pada individu pelaku usaha, tetapi juga pada lingkungan sosialnya. Penelitian lain menyatakan bahwa UMKM berbasis religiusitas cenderung memiliki komitmen jangka panjang terhadap prinsip etika dibanding orientasi profit semata (Rohman, 2016). Ini menunjukkan bahwa spiritual capital memperkuat konsistensi perilaku usaha. Dengan demikian, implementasi spiritual capital dalam UMKM Desa Sawo tidak bersifat simbolik, tetapi terwujud dalam tindakan nyata yang membangun reputasi, kepercayaan, dan hubungan sosial yang harmonis.

C. Peran *Spiritual Capital* dalam Keberlanjutan Usaha

Keberlanjutan usaha (*business sustainability*) tidak hanya ditentukan oleh faktor finansial, tetapi juga faktor sosial dan moral. Elkington dalam konsep *triple bottom line* menekankan pentingnya keseimbangan antara *profit*, *people*, dan *planet* (Elkington, 1997). Dalam konteks UMKM Muslim, spiritual capital memperkuat dimensi "*people*" melalui nilai etika dan kepedulian sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa spiritual capital berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha melalui:

1. Meningkatkan kepercayaan pelanggan sehingga tercipta loyalitas.
2. Memperkuat ketahanan psikologis pelaku usaha saat menghadapi krisis.
3. Membangun jaringan sosial berbasis nilai religius.
4. Menciptakan reputasi usaha yang baik di masyarakat.

Sebagian besar pelaku UMKM menyatakan bahwa pelanggan tetap bertahan karena faktor kejujuran dan pelayanan yang tulus. Pada konteks UMKM, keberlanjutan usaha tidak hanya ditentukan oleh laba tetapi juga ditentukan oleh loyalitas pelanggan, kepercayaan masyarakat, reputasi usaha dan ketahanan menghadapi krisis. (Rahayu, 2017) menyatakan bahwa faktor yang menentukan keberlanjutan UMM terdiri dari faktor non finansial seerti nilai religiusitas dan etika bisnis yang dimiliki oleh pelaku UMKM.

Lebih lanjut, *spiritual capital* juga memperkuat *social bonding* dalam komunitas Muslim. Hal ini menciptakan ekosistem ekonomi berbasis kepercayaan (*trust-based economy*) (Hafidhuddin, 2014). Dari sudut pandang teori sumber daya berbasis (*resource-based view*), *spiritual capital* termasuk sumber daya unik yang sulit ditiru kompetitor. Nilai religius yang terinternalisasi membentuk reputasi jangka panjang dan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, *spiritual capital* berkontribusi signifikan terhadap keberlanjutan UMKM Desa Sawo melalui penguatan etika, reputasi, kepercayaan, serta ketahanan psikologis pelaku usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa:

Bagi pelaku UMKM Muslim di Desa Sawo Kecamatan Campurdarat, *spiritual capital* dimaknai sebagai modal batiniah yang bersumber dari nilai-nilai keislaman dan menjadi landasan moral dalam menjalankan usaha. Usaha dipahami bukan semata-mata aktivitas ekonomi untuk memperoleh keuntungan material, tetapi juga sebagai bentuk ibadah dan sarana mencari keberkahan. Nilai-nilai seperti amanah, kejujuran, keikhlasan, kesabaran, dan tawakal menjadi fondasi utama dalam membangun orientasi bisnis yang beretika.

Implementasi *spiritual capital* dalam UMKM Desa Sawo tercermin dalam praktik usaha sehari-hari, seperti menjaga kejujuran dalam transaksi, memastikan kehalalan produk, memberikan pelayanan yang tulus, menghindari praktik riba dan kecurangan, serta menyalurkan zakat, infak, dan sedekah dari hasil usaha. Nilai spiritual tidak hanya bersifat normatif, tetapi terinternalisasi dalam budaya usaha dan menjadi identitas moral pelaku UMKM.

Spiritual capital berkontribusi signifikan terhadap keberlanjutan usaha melalui peningkatan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, pembentukan reputasi usaha yang baik, serta penguatan ketahanan psikologis pelaku usaha dalam menghadapi tantangan ekonomi. Modal spiritual menjadi sumber daya tak berwujud yang sulit ditiru, sehingga memperkuat daya saing dan kesinambungan usaha dalam jangka panjang.

REFERENSI

- Barney, J. (1991). Firm Resource and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17 (1), 99-120.
- Beekun, R. I. (2005). Balancing Ethical Responsibility Among Multiple Organization Stakeholder. *Journal of Business Ethics*, 60(2), 131-145.
- Beik, I. S. (2013). Peran Zakat dalam Perekonomian. *Al-Iqtishad*, 5(2).
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st century Business*.
- Hafidhuddin, D. (2014). Peran Nilai Spiritual dalam Ekonomi Islam. *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 8(1).
- Hasbiansyah, O. (2008). Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 168-180.
- Khairi, M. S. (2013). Memahami Spiritual Capital Dalam Organisasi Bisnis Melalui Perspektif Islam. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 165-329.
- Mitroff, I. I. (1999). Study of Spirituality in the Workplace. *Sloan Management Review*, 40 (4), 83-92.

- Nugroho, A. (2018). Pengaruh Nilai Religius terhadap Etika Bisnis UMKM di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 12(3), 200-215.
- Pamungkas, P. T. (2015). Pengaruh Modal, Kualitas Sumber Daya Manusia dan Promosi terhadap Pemberdayaan UMKM (Studi Kasus Pada Pemilik Usaha di sekitar Pasar Babadan Unggaran. *Jurnal Unpad*.
- Rahayu, S. &. (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(3), 1-12.
- Rahman, A. &. (2015). Spiritual and Entrepreneurship Performance in Small Muslim-Owned Businesses. *Journal of Islamic Economics* 6(2), 115-130.
- Rohman, A. (2016). Religiusitas dan Kinerja UMKM. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 4(2).
- Rosser, O. (2011). *Global islamic Economy Report*. Dubai: Dubai Islamic Economy Development Centre.
- Schreiner, M. (2009). Spiritual Capital : What It Is and Mwhy It Matters to Microfinance. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(2), 163-185.
- Schumpeter, J. A. (1934). *the Theory of Economic Development*. Harvard: Harvard University Press.
- Suryani, L. &. (2020). Modal Sosial dan Kinerja UMKM dalam Komunitas Pesantren. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3 (1), 50-59.
- UKM, K. K. (2020). Retrieved from <http://www.kemenkopukm.go.id>
- Ulya Dharodjah, W. K. (2024). Modal Spiritual Islam pada Pengelolaan Pondok Pesantren Daruh Hikmah Buren Bangkalan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02) , 1485-1492.
- Umar, H. (2000). *Riset pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.